

Gemeinsame Pressemitteilung • Berlin 27.09.2018

---

## **Deutsches Kinderhilfswerk und Kommission für Jugendmedienschutz:**

# **Stärkerer Fokus auf soziale Medien bei der Medienkompetenzvermittlung sowie dem Schutz von Kindern und Jugendlichen**

---

Das Deutsche Kinderhilfswerk und die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) plädieren bei der Medienkompetenzvermittlung und dem Schutz von Kindern und Jugendlichen nachdrücklich für eine stärkere Berücksichtigung von sozialen Medien. Aus Sicht der Organisationen sollte sich diese beispielsweise im Rahmen von Medienbildung an Schulen oder in der Kinder- und Jugendhilfe sowohl auf Kinder als Akteure in sozialen Medien als auch auf Kinder als Adressaten von sozialen Medien beziehen. Das Deutsche Kinderhilfswerk und die KJM veranstalten dazu heute in Berlin den Fachtag „Zwischen Spielzeug, Kamera und YouTube – Kinder und Influencing in sozialen Medien“. Dabei wird ein besonderer Fokus auf die Persönlichkeitsrechte von Kindern im Internet sowie die Instrumentalisierung von Kindern und unzulässige direkte Kaufappelle an Kinder in sozialen Medien gelegt.

„Wir müssen uns in Deutschland dringend dem neuen Phänomen der Kinder-Influencer im Spannungsfeld zwischen digitaler Teilhabe, kreativer Freizeitbeschäftigung, Arbeit von Minderjährigen und Persönlichkeitsrechten von Kindern stellen. Die Wahrung der Persönlichkeitsrechte von Kindern ist durch die Nutzung sozialer Medien zunehmend bedroht. Jegliche Beteiligung der Kinder an Influencing-Formaten muss freiwillig und auf der Basis einer Einwilligung des Kindes geschehen. Gleichzeitig sind hier die bestehenden rechtlichen Instrumente des Kinder- und Jugendschutzes auf neue Medien- und Werbeformate durch die Medienaufsicht anzuwenden. Das Jugendarbeitsschutzgesetz gilt auch bei der Beschäftigung von Kindern im Rahmen von Social-Media-Kanälen. Anbieter, Agenturen und Werbetreibende sollten ihrer Verantwortung zum Kinderschutz mit geeigneten Maßnahmen nachkommen, zum Beispiel mit Qualitätskriterien für einen kindgerechten und ethisch einwandfreien Umgang mit Kindern im Kontext Influencing“, betont **Thomas Krüger**, Präsident des Deutschen Kinderhilfswerkes.

„Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag enthält klare Regelungen zu Werbung. Diese gelten natürlich auch für vergleichsweise neue Werbeformen wie Influencing. Deshalb erfordert diese neue Werbeform nicht automatisch neue Gesetze: Direkte Kaufappelle an Kinder oder Jugendliche oder Werbung, die die Unerfahrenheit von Kindern ausnutzt, sind in Instagram-Stories genauso unzulässig wie im Werbeblock einer Fernsehsendung. Zugleich müssen alle Akteure ihre Verantwortung für den Schutz von Kindern und Jugendlichen in den sozialen Medien wahrnehmen und sich im Zweifel auch über das gesetzliche Maß hinaus dafür engagieren“, sagt **Dr. Wolfgang Kreißig**, Vorsitzender der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM).

Der Fachtag „Zwischen Spielzeug, Kamera und YouTube – Kinder und Influencing in sozialen Medien“ widmet sich dem Thema sowohl aus wissenschaftlicher Sicht als auch mit Einblicken in die Praxis. Erwartet werden rund 120 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus den Bereichen Medienpolitik, Jugendmedienschutz und Medienpädagogik. Der Fachtag wird unterstützt durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

---

#### **Kontakt bei Medien-Rückfragen**

Uwe Kamp, Pressesprecher des Deutschen Kinderhilfswerkes

Telefon: +49 (0)30-308693-11

Mobil: 0160-6373155

Mail: [presse@dkhw.de](mailto:presse@dkhw.de)

[www.dkhw.de](http://www.dkhw.de) ▪ [www.facebook.com/dkhw.de](https://www.facebook.com/dkhw.de)

Twitter: [@DKHW\\_de](https://twitter.com/DKHW_de)

Dr. Wolfgang Kreißig

Vorsitzender der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)

Lisa Keimburg

Referentin Öffentlichkeitsarbeit/Jugendmedienschutz

Telefon: +49 (0)30 2064690-59

Mail: [kjm@die-medienanstalten.de](mailto:kjm@die-medienanstalten.de)

[www.kjm-online.de](http://www.kjm-online.de) ▪ [www.die-medienanstalten.de](http://www.die-medienanstalten.de)

---

**Das Deutsche Kinderhilfswerk e.V.** setzt sich seit mehr als 45 Jahren für die Rechte von Kindern in Deutschland ein. Die Überwindung von Kinderarmut und die Beteiligung von Kindern und Jugendlichen an allen sie betreffenden Angelegenheiten stehen im Mittelpunkt der Arbeit als Kinderrechtsorganisation. Der gemeinnützige Verein finanziert sich

überwiegend aus privaten Spenden, dafür stehen seine Spendendosen an ca. 40.000 Standorten in Deutschland. Das Deutsche Kinderhilfswerk initiiert und unterstützt Maßnahmen und Projekte, die die Teilhabe von Kindern und Jugendlichen, unabhängig von deren Herkunft oder Aufenthaltsstatus, fördern. Die politische Lobbyarbeit wirkt auf die vollständige Umsetzung der UN-Kinderrechtskonvention in Deutschland hin, insbesondere im Bereich der Mitbestimmung von Kindern, ihren Interessen bei Gesetzgebungs- und Verwaltungsmaßnahmen sowie der Überwindung von Kinderarmut und gleichberechtigten gesellschaftlichen Teilhabe aller Kinder in Deutschland.

Die **Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)** ist ein Organ der Landesmedienanstalten und ein Expertengremium aus Vertretern von Bund und Ländern. In Deutschland ist die KJM die zentrale Aufsichtsstelle für den Jugendschutz im privaten Rundfunk und Internet. Aufgabe der KJM im Speziellen ist die Umsetzung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV). Sie dient dabei der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt als Organ bei der Erfüllung ihrer Aufgaben. Die KJM prüft im Schwerpunkt, ob Verstöße gegen den JMStV vorliegen und entscheidet über die Maßnahmen gegen den Medienanbieter. Vollzogen werden diese Maßnahmen von den Landesmedienanstalten.